

El público interno y responsabilidad social empresarial (RSE) de las medianas empresas de la ciudad de Pilar**The internal public and corporate social responsibility (CSR) of medium-sized companies in the city of Pilar**

DOI:10.34117/bjdv5n12-003

Recebimento dos originais: 07/11/2019

Aceitação para publicação: 02/12/2019

Edgar Daniel Morell Jimenez

Doctorando en Administración

Institución: Universidad Nacional de Misiones

Dirección: Teniente fosatti casi Avenida Irala, Barrio Loma Clavel, Pilar, Paraguay

Correo electrónico: edjm_25@hotmail.com

RESUMEN:

El presente artículo presenta los resultados de una investigación que abordó el tema de la Responsabilidad Social Empresarial de las Medianas Empresas con el público interno. Se establecieron 4 categorías de análisis, como ser: 1) Políticas de remuneración, prestaciones y carrera, 2) Cuidado de salud, seguridad y condiciones de trabajo, 3) Compromiso con el desarrollo Profesional y la Empleabilidad, y 4) Conducta frente a despidos y preparación para la jubilación. Se adoptó una metodología descriptiva con un enfoque cualitativo en una población total de siete (7) medianas empresas de la ciudad de Pilar, departamento de Ñeembucú, inscriptas en los registros de la Secretaria de Estado de Tributación (SET) del Ministerio de Hacienda y en los registros públicos de la Municipalidad de Pilar. Se utilizó el cuestionario “Indicadores de RSE 1.0”, instrumento de auto aplicación desarrollado por ADEC-ETHOS. Los resultados demuestran nulas políticas de remuneración, incluso con salarios por debajo del mínimo vigente por ley, y desconocimiento respecto a la satisfacción laboral de los empleados. No existen estrategias de prevención y seguridad laboral. Por otro lado, se destaca que todas las empresas promoviendo actividades de entrenamiento puntuales. Además, existe estabilidad laboral pero no así seguro social para jubilación.

Palabras-clave: Responsabilidad Social Empresarial, Medianas Empresas, Público Interno.**ABSTRACT**

This article presents the results of an investigation that addressed the topic of Corporate Social Responsibility of Medium Enterprises with the internal public. Four categories of analysis were established, such as: 1) Remuneration, benefits and career policies, 2) Health care, safety and working conditions, 3) Commitment to Professional Development and Employability, and 4) Conduct against dismissals and preparation for retirement. A descriptive methodology with a qualitative approach was adopted in a total population of seven (7) medium-sized companies in the city of Pilar, Ñeembucú

department, registered in the records of the Secretary of State for Taxation (SET) of the Ministry of Finance and in Public records of the Municipality of Pilar. The questionnaire “Indicators of CSR 1.0”, a self-application instrument developed by ADEC-ETHOS, was used. The results show zero remuneration policies, even with salaries below the minimum in force by law, and lack of knowledge regarding employee job satisfaction. There are no prevention and occupational safety strategies. On the other hand, it stands out that all companies promoting training activities props. In addition, there is job stability but not social security for retirement.

Keywords: Corporate Social Responsibility, Medium Enterprises, Internal Public.

1 INTRODUCCIÓN

En una economía globalizada y altamente competitiva como en la que estamos viviendo en la actualidad, se ha vuelto primordial para la construcción de ventajas competitivas que lleven a lograr una diferenciación, lo cual se ha vuelto día a día aún más complicado, por la tendencia de la estandarización de los productos; es así que los atributos intangibles se van convirtiendo en factores más importantes a la hora de lograr una diferenciación delante de la competencia (BID, 2012).

En este contexto es que la Responsabilidad Social Empresarial viene adquiriendo una mayor importancia, esto “tanto en países desarrollados como en los que se encuentran en vías de desarrollo, puesto que, por medio de ella, la empresa asume de manera voluntaria las diversas dimensiones por las cuales impacta a la sociedad en su quehacer productivo” (Castro, Hernández y Bedoya, 2016: p.121).

La responsabilidad social no es simplemente una moda pasajera, sino que más bien una necesidad transformada en estrategia a partir de la cual se viene logrando desarrollar ventajas competitivas evidentes, por acción y comunicación, para con los diferentes grupos de interés de la empresa, de manera a generar beneficios tangibles y útiles para el desarrollo social, económico, cultural, entre otros (Chirinos, Fernández y Sánchez, 2012).

Según diversos estudios realizados en Europa, las Pymes de varios países vienen desarrollando desde hace muchos años, y de manera natural, diversas acciones que pueden ser considerados dentro de lo que engloba el concepto de RSE, como ser: “formación continua, seguridad laboral, involucración en proyectos con la comunidad, promoción de iniciativas culturales, control de impacto ambiental, inserción de ciudadanos con minusvalía físicas o psíquicas y/o comercio justo” (Corrales, 2011; p.8).

Uno de los indicadores primordiales de lo que implica la acción por parte de las empresas en lo que respecta a la RSE, es su compromiso con su público interno (Trigueros, 2012; Corrales, 2011; BID, 2009; ADEC, 2012), el cual está constituido por los diversos grupos sociales que forman parte

del organigrama de la empresa (accionistas, directivos, funcionarios, empleados, etc.); de manera que descuidando estos actores ninguna organización puede ser considerada como socialmente responsable. La investigación buscó realizar una descripción referente a las acciones de la RSE que las medianas empresas de la ciudad de Pilar vienen ejecutando para su público interno, para así conocer la realidad de la calidad de vida laboral de sus respectivas nóminas.

Si bien la bibliografía actualmente existente, acerca de la RSE en función al público interno de las empresas, son escasas a nivel latinoamericano, se pueden citar algunos de ellos, como por ejemplo en la Argentina, Foznar (2015), en su trabajo titulado “Estudio de diagnóstico de prácticas de Responsabilidad Social Empresaria dirigidas a su público interno en el sector vitivinícola de Mendoza, hacia una propuesta de sostenibilidad organizacional”, ha llegado a la conclusión de que de acuerdo a los resultados de la investigación, podríamos afirmar que existe un desarrollo incipiente de las prácticas de RSE dirigidas al público interno en las empresas vitivinícolas del Gran Mendoza y Valle de Uco, pero que se mantienen diferencias entre unas y otras en cuanto a su nivel de avance. Generalmente, las empresas grandes se encuentran más avanzadas que las más pequeñas; pero, sin embargo, esto no es una regla que se cumpla en todos los indicadores relevados.

En lo que respecta al Paraguay, prácticamente no existen investigaciones anteriores sobre este tema puntualmente, únicamente se dispone en repositorios investigaciones de RSE a nivel general. Es así, una investigación a nivel nacional, llevada adelante por MUTTI, (2013) titulado “Desarrollo y tendencia de la responsabilidad social empresarial en las micro y pequeñas empresas”, cuya investigación fue desarrollada entre 115 empresas de Encarnación – Paraguay, llegó a la conclusión de que, aunque los empresarios asumen la importancia estratégica de la RSE, se aprecia debilidad en la creación de acciones específicas. Se han desarrollado una diversidad de acciones basadas en políticas ya existentes en la empresa, sin embargo, las prácticas más avanzadas e innovadoras no se conocen. En la mayoría de los casos las acciones de RSE son respuestas a necesidades planteadas por grupos de interés.

Por otra parte, Morell (2016), en un estudio denominado “Propuesta de un Modelo de Gestión de Responsabilidad Social Empresarial como herramienta para mejorar la Competitividad de los Grandes Contribuyentes del sector comercial de la Ciudad de Pilar-Paraguay”, concluyo que en materia de Dirección: es necesaria una mayor comprensión y un compromiso de parte de los gerentes y propietarios para implementar el modelo de gestión para la implementación de la RSE en sus empresas. A nivel del funcionariado: se conoce la importancia de una gestión de RSE como herramienta para mejorar la Competitividad, sin embargo, para este estamento falta mucha capacitación, lo cual se debe dar de manera gradual y en términos generales existe motivación para incorporar un plan de gestión de RSE.

2 OBJETIVOS

2.1 OBJETIVO GENERAL

Describir las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial de las medianas empresas de la ciudad de Pilar, en relación al trabajo decente de su público interno.

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Analizar las políticas de remuneración, prestaciones y carrera que poseen las medianas empresas de la ciudad de Pilar.

Identificar las acciones relacionadas con el cuidado de la salud, seguridad y las condiciones de trabajo en se desenvuelven los trabajadores.

Conocer el compromiso de los directivos de las medianas empresas, con el desarrollo profesional de los empleados.

Determinar los métodos empleados para los casos de despidos y de jubilación que aplican las medianas empresas de la ciudad de Pilar.

La RSE debe formar parte de la cultura empresarial, y en ese sentido, las Pymes poseen una notoria ventaja en relación a las grandes empresas; pues su flexibilidad, la cercanía entre directivos y empleados, y su gestión menos burocratizada favorecen el desarrollo de estilos de dirección más abiertos y participativos; de esta manera es que es más factible desarrollar un liderazgo que conduzca a cada empleado a identificarse con los objetivos empresariales, los cuales son generadores de acciones socialmente responsables (Corrales, 2011; p.11).

En tal sentido, actualmente el Departamento de Asesoría Económica de la Secretaria de Estado de Tributación (SET) del Ministerio de Hacienda y la Municipalidad de Pilar, llevan inscriptos en los registros públicos un total de siete medianas empresas del área comercial a nivel formal (según clasificación de Pymes establecida por la Ley N° 4.457), las cuales pertenecen a diversos rubros, como ser: agro-veterinarias, supermercados, bazar-electrodomésticos y ropería, lo cual representan para la comunidad de Pilar de importantes fuentes de trabajo. Pilar es la ciudad capital del Departamento de Ñeembucú en el Paraguay, que consta de 32.810 habitantes según aproximaciones de la DGEEC. Se encuentra ubicada a 358 km de la capital nacional Asunción, a orillas del río Paraguay y del arroyo Ñeembucú, en la frontera con la República Argentina. Es considerada como un centro comercial, turístico e industrial. Los pobladores de la ciudad se dedican principalmente al comercio, turismo, pesca, ganadería (bovina y caprina), y horticultura. Así mismo, en la ciudad está ubicada la mayor Empresa textil del Paraguay, Manufactura de Pilar SA, que utiliza gran parte de la producción de algodón del país.

Esta investigación se lleva adelante a partir de que no se concibe que estas medianas empresas de la ciudad Pilar, implementen acciones que guarden relación con la RSE, ni con los grupos externos

de interés, ni mucho menos con los del público interno; por lo que se percibe de que no existe ningún tipo de interés por parte de las mismas, en comprometerse en apoyar el desarrollo de la comunidad.

La falta de políticas de RSE, a nivel del público interno, trae como consecuencias ausencias de políticas justas de remuneración, prestaciones y de carreras de empleados dentro de estas organizaciones. Tampoco en los lugares de trabajo se aplican métodos efectivos para el cuidado de la salud, y la seguridad de los trabajadores; mucho menos existen programas destinados al desarrollo profesional de los empleados, los que no tienen ningún tipo de protección ante los despidos, los cuales se llevan adelante en forma arbitraria; mucho menos existe una preocupación para preparar a los integrantes de la nómina para afrontar el periodo de jubilación.

Estas problemáticas que han sido expuestas repercuten directamente sobre los trabajadores de las medianas empresas de la ciudad de Pilar, afectando la calidad de vida laboral de los empleados, su bienestar general de salud, y también evitando recibir una remuneración justa, que le otorgue la capacidad de satisfacer sus necesidades propias y de las de su familia.

Haciendo una primera aproximación, es importante entender que existen diversos conceptos acerca de lo que es la RSE, en el caso de Aglieri e Borinelli (2001), mencionados por Alves y Mundim (2008; p.156), mencionan a tres grandes visones sobre RSE: como obligación social, como ponderó Friedman (1970); como aprobación social, descrito por Davis e Blomstrom (1975); y como abordaje sistémico de los stakeholders (ZADEK, 1988).

Según Trigueros (2012):

Esta es una de las razones por lo que es imposible consensuar para brindar una sola definición acerca de lo que se refiere a Responsabilidad Social Empresarial, esto se debe a que es un concepto que se ha venido desarrollando y evolucionando, sin perder de vista, el compromiso social de las empresas con la ética y el mejoramiento del entorno en donde los negocios operan. (p.8).

Según el BID (2009) “la RSE es un concepto complejo por la variedad de temas que aborda (éticos, económicos, ambientales y sociales) y porque existen distintas visiones regionales sobre su definición y alcance” (p. 20).

Además, también en los últimos años aparece una concepción un tanto más pesimista, alentada por Bittencourt y Carrieri (2005) donde la misma es vista como “una ideología entre relaciones de poder en que ocurren conflictos envolviendo dominación y subordinación” (como se citó en Alves y Mundim, 2008, p.156).

Hasta hace poco tiempo atrás, la competitividad estaba basada en dos grandes vertientes: precio y calidad. Actualmente, el mercado está incorporando un nuevo factor de competitividad: la calidad de las relaciones (IARSE, 2008, p.10).

La definición brindada por Trigueros, (2012) es que la RSE “es la responsabilidad de una organización ante los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y el medio ambiente, mediante un comportamiento ético y transparente que contribuya al desarrollo sostenible” (p.8).

Por su parte, Castro, Hernández y Bedoya (2016), proponen la siguiente definición acerca del concepto de la responsabilidad social empresarial:

Es una actitud consciente, que nace de una inspiración voluntaria, basada en el reconocimiento y aceptación de los compromisos que se tienen con la sociedad. Es una actitud proactiva que permite la adopción de hábitos, destrezas y procesos con el fin de disminuir las repercusiones negativas que impacten al ambiente y la sociedad. (p.123).

Igualmente, para IARSE (2008), el concepto de Responsabilidad Social Empresarial alude a “un modelo estratégico de gestión de la compañía, que contempla el impacto económico, social y ambiental derivados de la actividad empresarial, implicando el compromiso renovado de las empresas con la comunidad, con su entorno y con el público de interés” (p.8).

Por otro lado, organizaciones internacionales como la Organización Internacional del Trabajo (OIT), define a la responsabilidad social empresarial como:

El conjunto de acciones que toman en consideración las empresas para que sus actividades tengan repercusiones positivas sobre la sociedad y que afirman los principios y valores por los que se rigen, tanto en sus propios métodos y procesos internos como en su relación con los demás actores. La RSE es una iniciativa de carácter voluntario. Forma parte integrante de la gestión de la empresa. Es sistemática, no ocasional. Guarda relación con el desarrollo sostenible. No reemplaza el papel que desempeñan las autoridades públicas, ni a la negociación colectiva, ni a las relaciones de trabajo. (como se citó en Remache, Villacis, y Guayta, 2018, p. 550).

3 ÁREAS DE IMPLEMENTACIÓN DE LA RSE

Según Corrales (2011), la incorporación de acciones relacionadas a la RSE, consecuentemente “ocasionan un impacto positivo en los cinco factores que son fuente de ventaja competitiva en las empresas: estructura de costes, recursos humanos, clientes, innovación, gestión del riesgo y la reputación y resultados financieros” (p.18).

Trigueros, (2012; p.14) establece siete Áreas en las cuales se pueden llevar a cabo Buenas Prácticas de RSE para beneficio propio y de sus diferentes grupos de interés. Estas áreas comprenden:

Gobernabilidad: Es la dirección de la empresa basada en la transparencia, equidad corporativa, rendición de cuentas y aspectos económicos, sociales y ambientales.

Público Interno: Es el capital humano de la empresa, el cual debe ser motivado con políticas y prácticas responsables, fomentando condiciones de trabajo favorables que generen productividad, competitividad y bienestar familiar.

Proveedores: Es la construcción de relaciones transparentes y duraderas con quienes proporcionan productos y/o servicios; basada en la cooperación, transferencia de conocimiento y trato justo.

Mercadeo Responsable: Es el desarrollo de una relación de confianza entre la empresa y sus clientes, basada en integridad, justicia, honestidad y respeto a la libre competencia

Comunidad: Corresponsabilidad de la empresa, hacia el desarrollo local en materia económica, social y ambiental que involucre a las comunidades cercanas o grupos vinculados a su actividad productiva.

Medio Ambiente: Es el compromiso de la empresa para mantener equilibrio entre sus operaciones, el uso de los recursos naturales y el impacto al medio ambiente.

Política Pública: Es el alineamiento entre el interés empresarial y el interés público para propiciar el desarrollo económico, social y ambiental del país donde opera la empresa.

4 LA RSE EN LAS PYMES

“A nivel mundial las empresas, independientemente de su tamaño o sector económico al que pertenezcan, tienen un impacto directo sobre las localidades en las que se establecen, influyendo positiva o negativamente en sus condiciones económicas, sociales y medioambientales” (Hernández y Bonomie, 2010, p.147).

Según Corrales (2011), “en este tipo de empresas la RSE es más una cuestión de compromiso y valores personales de la propiedad/dirección, que, de las ventas económicas esperadas, la imagen o el cumplimiento de la normativa” (p.6). En concordancia con esta afirmación, el IARSE, (2008) indica que las empresas, “independientemente del tamaño y del sector, deben invertir en la calidad de las relaciones cotidianas que establecen con sus diversos públicos y participar de un esfuerzo conjunto de desarrollo social y ambiental, aliado con el económico” (p.5).

A pesar de estas afirmaciones, se debe considerar que “la mayor parte de las PyMes, aún consiente que la RSE es un ámbito que sólo puede ser desarrollado y asumido por grandes corporaciones con capacidad para gestionar y financiar proyectos de alto impacto y viabilidad” (Corrales, 2011; p.8).

5 EL PUBLICO INTERNO

Para Trigueros (2012) “Las empresas exitosas, competitivas, se esfuerzan por reclutar el mejor personal, el más capacitado para desarrollar cada una de las tareas necesarias, pues de lo contrario la empresa no tendrá oportunidad para sobrevivir a la competencia” (p.19).

La comprensión del público interno de que lo significa ser parte de una empresa socialmente responsable es fundamental para que la misma logre su cometido, pues cada personal, independientemente del cargo o puesto que ocupa dentro de la organización, pertenece a una empresa que posee conciencia del impacto de su actividad en el territorio y en la sociedad, y que ello conlleva una serie de compromisos que se materializan en actuaciones que van mucho más allá de una manera maximización del beneficio. (Corrales, 2011; p.10).

Para el Instituto Ethos (2004):

La empresa socialmente responsable debe favorecer la organización de sus empleados, permitir que el sindicato actúe en el local de trabajo, establezca negociaciones colectivas, y mantenga una interlocución transparente con las entidades sindicales” (en cuanto a la gestión participativa, deben desarrollar prácticas para envolver los empleados en la resolución de los problemas de la empresa y hacer disponibles las informaciones financieras a los mismos y entrenarlos para que puedan entenderlas (mencionado por Alves y Mundim, 2008, pp.157-158).

Entre las variables de la RSE con el público interno, el BID (2009) presenta solo estos temas que abarca la RSE en relación con los trabajadores: “derechos laborales fundamentales, salud y seguridad laboral y desarrollo de los trabajadores” (p.29). Por su parte, Alves y Mundim (2008), ofrecen un listado más extenso de variables, las cuales son las siguientes: “gestión participativa; relación con sindicatos; política de remuneración, beneficios y carrera; cuidado con salud, seguridad y condiciones de trabajo; compromiso con el desarrollo profesional; y comportamiento frente a demisiones” (p.157).

6 PRÁCTICAS LABORALES DE RSE CON EL PÚBLICO INTERNO

Según el BID (2009), estas son algunas prácticas de RSE más importantes que deben llevar adelante las Pymes en relación con el público interno:

- a) Asegurar una remuneración que garantice un nivel de vida adecuado, el cual cubra las necesidades básicas del trabajador (alimentación, salud, vivienda, educación, transporte,

vestuario, entre otros) e incentive la productividad y la permanencia, y que permita a la empresa ser competitiva.

- b) Garantizar la igualdad de oportunidades y de tratamiento para eliminar la discriminación, asegurando que sus políticas de selección, contratación, remuneración, acceso a capacitación, promoción y desvinculación y las condiciones de trabajo no están sesgadas en relación con el género, la raza, el color, la orientación sexual, la edad, la religión, las tendencias políticas, nacionalidad, condición social y física, y otras posibles fuentes de discriminación.
- c) Asegurar un horario de trabajo decente, respetando las leyes al respecto sobre horas de trabajo y periodos de descanso asegurando al menos que se establece una semana laboral de 48 horas como máximo, con un mínimo de un día libre por semana y un límite de 12 horas extras por semana remuneradas a una tarifa especial.
- d) Garantizar la libertad de asociación y la negociación colectiva, aceptando el derecho de los trabajadores de crear sus propias organizaciones, negociar de manera colectiva a través de un comité de empresa y proporcionar a los representantes de los trabajadores las facilidades e información necesarios para realizar su trabajo eficazmente
- e) Buscar dignidad para el trabajador cuando es despedido o jubilado, contando con mecanismos de desvinculación que contemplen la dignidad del trabajador a ser desvinculado, existiendo un proceso claro tanto para casos de despido como para casos de jubilación.

Por su parte Triguera (2012) cita algunos beneficios mencionados al aplicar prácticas de RSE con el público interno:

- Las medidas de conciliación de vida laboral, personal y familiar del personal empleado repercuten positivamente sobre la motivación y el clima laboral.
- La mejora del clima laboral que se logra con estas medidas socialmente responsables aumenta el compromiso del personal empleado y, por tanto, obtienes una mayor estabilidad laboral.
- Una menor rotación del personal también supone menos costes en contratación de personal, formación y los costos asociados al proceso inicial de ajuste un nuevo trabajo.
- La formación ofrecida al personal empleado hace que su capacidad de desempeño del trabajo mejore.
- Fomentar la igualdad de oportunidades, mejorará la gestión de los recursos humanos y redundará en un personal más diverso en lo sociocultural que proporcionará a la empresa una mayor creatividad, un mejor conocimiento de su entorno, más valores, lo que se puede traducir en oportunidades de negocio innovadoras y originales ideas de mercadeo.
- Mejorar la comunicación/información de la empresa y favorecer una mayor identificación de los y las trabajadoras en el proceso de toma de decisiones, a su vez repercutirá en un mayor

compromiso y fidelidad del personal hacia la empresa y sus objetivos, lo que redundará en la competitividad y sostenibilidad de la compañía en el tiempo.

- Todas estas medidas no sólo aumentan la capacidad de la empresa para retener al personal, también evitan la fuga de talentos y a la vez se pueden atraer a los y las mejores trabajadoras a la empresa. (p.21).

Por otro lado, Corrales (2011) también indica otras ventajas de la implantación de políticas de RSE con el público interno, dentro del contexto de las Pymes: a) Mejor clima laboral, b) Mayor productividad, c) Mejora de la calidad, d) Mayor rentabilidad, e) Mayor cohesión interna, f) Mejores profesionales, g) Mayor control y gestión del riesgo, h) Mayor atracción y retención del talento. (p.19).

7 METODOLOGÍA

Se adoptó un enfoque metodológico cualitativo de tipo descriptivo, considerando que el propósito fue indagar aspectos particulares sobre las acciones de Responsabilidad Social empresarial de las Medianas Empresas. El trabajo se inicia con una fase de revisión bibliográfica de los antecedentes y aspectos investigados sobre el tema, cuyos aportes contribuyeron a definir cinco categorías de análisis que se tienen en cuenta como orientadoras para la indagación según los indicadores de la dimensión de RSE con el Público Interno en su apartado de Trabajo Decente, establecido por el Instituto Ethos de Brasil y son: 1) Políticas de remuneración, prestaciones y carrera, 2) Cuidado de salud, seguridad y condiciones de trabajo, 3) Compromiso con el desarrollo Profesional y la Empleabilidad, y 4) Conducta frente a despidos y preparación para la jubilación.

El universo que comprende la investigación suma un total de (7) siete empresas que corresponde a las Mediana Empresa del sector comercial de la ciudad de Pilar, Paraguay, en el año 2019, según datos proveídos por fuentes del Departamento de Asesoría Económica de la Secretaria de Estado de Tributación (SET) del Ministerio de Hacienda y registrados en los registros públicos de la Municipalidad de Pilar. La recolección de datos se hizo del 100% del Universo (medianas empresas del sector comercial de la ciudad), cuyos datos fueron recogidos junto a los gestores de las referidas empresas por medio de una entrevista estructurada.

En una segunda fase se selecciona el instrumento para el análisis de las características de Responsabilidad Social Empresarial con el público interno. Se utilizó un cuestionario que corresponde a una guía de auto aplicación desarrollado por ADEC-ETHOS denominado indicadores de RSE 1.0. que representa una herramienta de aprendizaje y autoevaluación de la gestión de las empresas que refieren la incorporación de prácticas de responsabilidad social, al planeamiento estratégico, al monitoreo y desempeño general corporativo.

Estos indicadores, a su vez se encuentran divididos en indicadores de profundidad y se componen de preguntas con respuestas binarias, donde cada unidad de negocio (comercio) debe de responder su propio cuestionario, es decir es auto administrado. Para la investigación se optó por utilizar parte del instrumento que se relaciona con la Dimensión de Público Interno, relacionada con el Trabajo Decente.

El cuestionario Indicadores de Responsabilidad Social Empresarial 1.0 es una publicación puesta a disposición por la Asociación de Empresarios Cristianos de Paraguay. Comprende los indicadores del Programa Latinoamericano de Responsabilidad Social Empresarial comunes a todos los países de la región que forman parte del programa y la adaptación a la realidad y contexto legal del Paraguay, de los Indicadores de Responsabilidad Social Empresarial, publicados anualmente por el Instituto Ethos de Brasil.

En una tercera fase de análisis se recurrió a la interpretación de narrativas tras las respuestas al cuestionario ADEC-ETHOS. RSE 1.0, que fueron categorizados y agrupados, para finalmente realizar una síntesis de las mismas según las valoraciones positivas y negativas que se evidencian en cada categoría de análisis.

Para la investigación se tuvo en cuenta el consentimiento informado, por lo que al primer contacto con los propietarios de las Medinas Empresas se les aclaró el objetivo de la entrevista, así como la necesidad de la respuesta sincera, propiciando un clima de libertad para compartir sus ideas y experiencias, ya que no se juzgarían las respuestas correctas o incorrectas. Además, se les aclaró que sus respuestas serán incorporadas a otras de manera anónima y en ningún momento se identificará qué dijo cada participante. Así también, se cumplió el acuerdo solicitado por varios propietarios respecto a evitar consultas sobre cuestiones políticas- partidarias, detalles de ingresos, utilidades y estado financiero de sus empresas, entre otros que se consideran razonables y se respetaron, constituyéndose estas en una de las limitaciones del trabajo.

8 RESULTADOS

A continuación, se presentan los resultados obtenidos con el instrumento empleado durante la investigación.

En cuanto a Políticas de Remuneración, Prestaciones y Carrera. Todas las empresas respetan y buscan superar los pisos salariales impuestos por los gobiernos, y 2 de las 7 empresas inclusive tratan a los empleados como un recurso, estimulándolos por medio de la remuneración y de la inversión en su desarrollo profesional, según la política estructurada de carrera, y teniendo en cuenta las habilidades necesarias para su desempeño actual.

Solo 2 de las 7 empresas considera que su plan de cargos y salarios es transparente y es abordado en el código de conducta y/ ética de la empresa. Pero cabe resaltar que estas 2 empresas poseen una modalidad de remuneración variable, es decir realizan compensaciones por metas, pagos por comisiones y representan menos del 20% del total del salario que perciben en forma fija. Así mismos solo estas dos empresas cumplen con las normas y procedimientos legales previstos en el código laboral en donde se mencionan salarios y pagos.

Solo 2 de las 7 empresas poseen políticas con metas a reducir la distancia entre la mayor y la menor remuneración pagada por la empresa. Donde solo 1 de ellas aumento del menor salario de la empresa al salario mínimo vigente, cumpliendo así con esta normativa.

Llama la atención que casi la mayoría de las empresas no tengan una remuneración adecuado al salario mínimo vigente por ley.

Ahora bien, ninguna de las empresas realiza encuestas para medir la satisfacción de los empleados respecto a su política de remuneración y beneficio, como también no tienen un componente de participación en los resultados.

Solo 2 de las 7 empresas cuenta con manual de cargos y salarios. Estas mismas empresas son las únicas que desarrollan actividades sociales en las cuales participan los empleados y sus familiares. Así como también realizan evaluaciones de satisfacción del ambiente laboral y desempeño laboral en la empresa.

Ninguna de las empresas estudiadas posee un programa de reparto de las utilidades, así como de programas de bonificación adicional.

En relación al Cuidado de Salud, Seguridad y Condiciones de Trabajo para con los empleados. Todas las empresas estudiadas cumplen rigurosamente las obligaciones legales y tienen planes y metas para alcanzar los estándares de excelencia en salud, seguridad y condiciones de trabajo en su sector. Pese a esa declaración, solo 3 de las 7 empresas fueron certificadas por las normas SA 8000, BS 8800, OHSAS 18001. Además, las 7 empresas no ofrecen un programa de prevención y tratamiento de enfermedades relacionadas al trabajo.

Sin embargo, la mayoría de las empresas poseen una política explícita de respeto por la privacidad de sus empleados, en lo que se refiere a informaciones médicas, donde solo la maneja el encargado de RRHH. Así mismo todas las empresas poseen normas y procesos en caso de acoso laboral.

Por otro lado, ninguna de las empresas promueve ejercicios físicos en horario laboral, así como no poseen políticas de equilibrio de trabajo-familia que aborde cuestiones relativas al horario laboral y horas extras. Tampoco las empresas promueven programas de combates anti estrés para los empleados, especialmente para los que desempeñan trabajos más estresantes.

Solo 1 de las 7 empresas posee políticas de compensación de horas extras, así como capacitación anual en salud y seguridad laboral, como tampoco existen beneficios adicionales en el área de la salud para los empleados y sus familias. Ninguna de las empresas contempla en su presupuesto anual un monto destinado a la prevención de salud y seguridad laboral.

Respecto al Compromiso con el Desarrollo Profesional y la Empleabilidad. Las 7 empresas estudiadas coinciden en que se encuentran promoviendo actividades de entrenamiento puntuales, con el objetivo centrado en el desempeño de tareas específicas. Sin embargo, solo 1 de las 7 empresas analiza periódicamente el perfil socioeconómico de sus empleados para ajustar sus estrategias de remuneración y prestación de educación y desarrollo profesional.

Así también, solo 2 de estas 7 empresas mantienen un programa de erradicación de analfabetismo que consiste en instar a los empleados a culminar su educación primaria, secundaria o universitaria orientándolos sobre el planeamiento de carreras con el fin de hacerlos reflexionar sobre sus funciones a largo plazo. Ahora bien, se destaca que todas las empresas propician espacios para desarrollar pasantías destinadas a jóvenes como apoyo a la formación laboral de los mismos, cumpliendo de esta manera su papel social. Cabe mencionar que todas estas empresas ofrecen buenas condiciones de trabajo, aprendizaje y desarrollo profesional.

Lo negativo de este indicador es que ninguna empresa prevé en su presupuesto anual un monto destinado a la capacitación de sus empleados. Así como tampoco, ninguna empresa conoce la situación educativa de su mano de obra.

En cuanto a la Conducta Frente a despidos y Preparación para la Jubilación. De manera a conducir los procesos de despidos, las 7 empresas coinciden en que siguen rigurosamente las legislaciones vigentes y proveen al empleado despedido orientaciones sobre procedimientos necesarios. En el caso de la necesidad de reducción de personal, procuran analizar primeramente alternativas antes de tomarse la decisión de despedir.

Las 7 empresas no han tenido reclamos laborales relacionados a despidos en los últimos tres años, pese a que no se tiene en cuenta la situación socioeconómica de ellas en el momento del despido y pese a que existe en todas ellas una rotación constante de empleados. Esto puede deberse a que todas ellas manifiestan que los despidos se comunican en forma personal y se explican el porqué de esa decisión. Así mismo dan algunas recomendaciones para conseguir o producir un autoempleo con el objetivo de contrarrestar la falta de empleo.

Así también, con miras a minimizar este problema, la mayoría de las empresas buscan establecer diálogos con instancias locales del estado para hacer saber los problemas que enfrentan los comercios en la comunidad.

Cabe resaltar que, en los últimos tres años, las empresas solo han tenido 1 despido por año, manteniendo casi la totalidad de sus empleados de forma permanente.

Con el objetivo de preparar a sus empleados para la jubilación, la mayoría de las empresas coincidieron que ofrecen información básica sobre la obtención de la jubilación. Pese a esta declaración, hay que recordar que solo 1 empresa ofrece seguro social a sus empleados. Es decir, casi todas las empresas no cumplirán con este indicador.

Esto se compruebe con el cuestionario, ya que solo 1 de las 7 empresas ofrece programas de seguridad social a sus empleados y en donde ninguna de ellas esta involucradas la familia para la preparación de la jubilación, así como no participan en la elaboración de políticas públicas con focalización en la tercera edad, ni tampoco, estas 7 empresas apoyan o participan en programas o campañas públicas de valoración de las personas de la tercera edad. En los últimos tres años, de las 7 empresas 2 han jubilado una persona.

9 CONCLUSIONES

En cuanto al primer objetivo que buscó analizar las políticas de remuneración, se evidencia resultados negativos, donde la mayoría de las medianas empresa no cumplen con el salario mínimo vigente por ley (Gs. 2.192.839). Además, es ínfima las empresas que considera que su plan de cargos y salarios es transparente, como tampoco los propietarios de estas empresas, conoce o se preocupa por conocer la situación de sus empleados, en relación a la satisfacción laboral. De todo esto se deduce que las medianas empresas de la ciudad de Pilar, no poseen acciones, ni siquiera mínimamente efectivas, de RSE en relación a las compensaciones de su personal.

En relación al segundo objetivo que buscó identificar acciones relacionadas con el cuidado de la salud, seguridad y las condiciones de trabajo en se desenvuelven los empleados, con las buenas condiciones de trabajo, salud y seguridad, se aprecia aspectos positivos, ya que todas las empresas cumplen rigurosamente las obligaciones legales y tienen planes y metas para alcanzar los estándares de excelencia en salud, seguridad y condiciones de trabajo en su sector, incluso algunas de ellas fueron certificadas por las normas internacionales de salud laboral. Aunque un primer punto negativo es que no ofrecen un programa de prevención y tratamiento de enfermedades relacionadas al trabajo. Sin embargo, la mayoría de las empresas poseen una política explícita de respeto por la privacidad de sus empleados, en lo que se refiere a informaciones médicas, donde solo la maneja el encargado de RRHH. Así mismo todas las empresas poseen normas y procesos en caso de acoso laboral.

Otro punto negativo, es que ninguna de las empresas promueve ejercicios físicos en horario laboral, tampoco poseen políticas de equilibrio de trabajo-familia que aborde cuestiones relativas al horario laboral y horas extras, ésta última sólo pagadas por una de las empresas. Tampoco ninguna

de ellas promueve programas de combates anti estrés para los empleados; así como tampoco contemplan en su presupuesto anual un monto destinado a la prevención de problemas de salud y seguridad laboral.

Respecto al tercer objetivo, que buscó conocer el compromiso de los directivos de las medianas empresas, con el desarrollo profesional de los empleados. Se deduce que todas ellas coinciden en que se encuentran promoviendo actividades de entrenamiento puntuales, con el objetivo centrado en el desempeño de tareas específicas. Sin embargo, muy pocos instan a los empleados para que los mismos puedan culminar su educación primaria, secundaria o universitaria orientándolos sobre el planeamiento de carreras con el fin de hacerlos reflexionar sobre sus funciones a largo plazo, y ninguna prevé en su presupuesto un programa de becas para sus empleados.

Ahora bien, se destaca que todas las empresas propician espacios para desarrollar pasantías destinadas a jóvenes como apoyo a la formación laboral de los mismos, cumpliendo de esta manera su papel social. Cabe mencionar que todas estas empresas ofrecen buenas condiciones de trabajo, aprendizaje y desarrollo profesional.

Por último, el objetivo cuarto buscó determinar los métodos empleados para los casos de despidos y de jubilación que aplican las medianas empresas de la ciudad de Pilar. Se puede concluir que la mayoría de las empresas no proveen de seguro social a sus empleados, más bien, se limitan a proveer a los empleados despedidos, orientaciones sobre procedimientos necesarios, y en el caso de la necesidad de reducción de personal, procuran analizar primeramente alternativas antes de tomarse la decisión de despedir.

REFERENCIAS

- ADEC (2009). Responsabilidad Social Empresarial (RSE) Guía de implementación para PYMES. Asunción: Proyectarse.
- Alves, R., y Mundim, R. (2008) Responsabilidad Social Empresarial con el público interno: la percepción de los empleados de una empresa brasileña. Revista Forum Doctoral. Numero 1. Julio – Diciembre de 2008. MINAS GERAIS Universidad EAFIT. pp.155-174.
- BID (2009) Guía de aprendizaje sobre la implementación de RSE en PYME. Washington: Fondo Multilateral de Inversiones
- Castro, A; Hernández, J.; y Bedoya, E. (2016) Caracterización de las Dimensiones de la Responsabilidad Social Corporativa en la Empresa Hotelera Almirante Cartagena. Saber, Ciencia y Libertad. Volumen 11, No. 2, Julio - diciembre de 2016, pp. 121-132.

- Chirinos, M., Fernández, L. y Sánchez, G. (2012) Responsabilidad Empresarial o Empresas Socialmente Responsables. Razón y Palabra, núm. 81, noviembre-enero, 2012. Universidad de los hemisferios. Quito, Ecuador
- Corrales, M. (2011) La Responsabilidad Social Empresarial en la pequeña y mediana empresa. Guía de Buenas Prácticas. Aviles: Asociación Empresa-Mujer
- Foznar, A. (2015), Estudio de diagnóstico de prácticas de Responsabilidad Social Empresarial dirigidas a su público interno en el sector vitivinícola de Mendoza –Argentina. Hacia una propuesta de sostenibilidad organizacional. Iberóforum. Revista de Ciencias Sociales de la Universidad Iberoamericana, vol. X, núm.20, julio-diciembre, 2015, pp. 109-142
- Hernández, C. y Bonomie, M. (2010) Responsabilidad Social Empresarial: Estrategia de competitividad en el marco de la globalización. Revista Formación Gerencial, Año 9, N°1, mayo 2010, pp. 144-168
- IARSE, (2008) Indicadores de Responsabilidad Social Empresarial para Pymes. Córdoba: Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresarial.
- Morell, E. (2016). Propuesta de un Modelo de Gestión de Responsabilidad Social Empresarial como herramienta para mejorar la Competitividad de los Grandes Contribuyentes del sector comercial de la Ciudad de Pilar-Paraguay. Trabajo de Maestría en Administración Estratégica de Negocios. Facultad de Ciencias Económicas. Universidad Nacional de Misiones.
- MUTTI, S. (2013) Desarrollo y tendencia de la responsabilidad social empresarial en las micro y pequeñas empresas. Revista sobre Estudios e Investigaciones del Saber Académico Año 7 - número 7. diciembre de 2013.
- Remache, R., Villacis, S., y Guayta, N. (2018) La Responsabilidad Social Empresarial vista desde un enfoque teórico. Vol. 4, núm. 1, (enero 2018) pp. 550-560
- Trigueros, H. (2012) Guía práctica de RSE para Pymes. (1ªed.) San Salvador: Edición FUNDEMAS